

Pengaruh Tarif dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen
(Studi Pada CV. Noria Jaya Abadi Amat Rental Semarang)

Aditya Utama Putra¹, Agus Hermani², Sri Suryoko³
Email: Adityautama_24@yahoo.com

Abstract

Population growth will increase the demand, both qualitatively and quantitatively. Vehicle needs is increasingly rising, they want things to be practical and easy, so they choose a car to transport all members of his family or in a vehicle. In this case the customer satisfaction is a matter that greatly affect the growth and development of the car rental company. The level of customer satisfaction with a product will give a reflection of success in producing a good company, because if a product will be a failure if the product or service does not provide satisfaction for its users. One of them is to provide customer satisfaction is the application of rates, so that may affect the price of the car rental. Quality of service is also very important because the quality of service is work performed by the employees to serve the customers in order to feel comfortable

This study aims to determine the effect of variable rates and quality service to customer satisfaction on the CV. Noria Amat Rental Jaya Abadi Semarang. The population of this research is the customer's CV. Noria Jaya Abadi Rental Amat, and the sample amounted to 80 respondents. Measurement scale using a Likert scale. Analysis of the data using linear regression analysis.

From the analysis of the data can be concluded that the effect on the variable rates of 30.6 percent consumer satisfaction. Variables affect the Quality of Service Customer Satisfaction by 40 percent. Together Rates and Service Quality effect on Consumer Satisfaction by 71.1 percent.

Based on these results, it is suggested CV management. Noria Jaya Abadi Amat Rental Rates need to consider the application of the Company's need to increase the price reduction when renting for longer, should the rate increase dimbangi with benefits and facilities that will be obtained by the customers. Quality Service Employees need to be considered, especially the attitude of the driver and the office staff to be more friendly, more friendly manner, then the customer is expected to feel valued and respected, timeliness fleet still sometimes late so that potential customers waiting fleet longer, it can be detrimental to a candidate so that the potential customer to switch to another rental, use of an entertainment facility (audio, CD room, and TVs) are still rarely used because there are parts of the device is damaged to be repaired

Keywords: Rates, Service Quality and Customer Satisfaction

Abstraksi

Pertambahan jumlah penduduk akan meningkatkan kebutuhan, baik secara kualitatif maupun kuantitatif. Kebutuhan kendaraan semakin hari semakin meningkat, mereka menginginkan segala sesuatunya secara praktis dan mudah, sehingga mereka memilih mobil untuk mengangkut semua anggota keluarga atau rekannya dalam satu kendaraan. Dalam hal ini kepuasan konsumen merupakan suatu hal yang sangat mempengaruhi tumbuh dan berkembangnya perusahaan rental mobil. Tingkat kepuasan konsumen terhadap suatu barang akan memberikan cerminan

¹Aditya Utama Putra, Jurusan Adminitrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Diponegoro, Adityautama_24@yahoo.com

²Drs. Agus Hermani D.S, MM, Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Diponegoro.

³Drs. Sri Suryoko, M.Si, Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Diponegoro

keberhasilan perusahaan dalam memproduksi suatu barang, sebab apabila suatu produk akan menjadi gagal apabila produk atau jasa tersebut tidak memberikan kepuasan bagi penggunaanya. Salah satunya untuk memberikan kepuasan konsumen adalah penerapan tarif, sehingga dapat mempengaruhi harga sewa mobil tersebut. Kualitas pelayanan juga sangat penting sebab kualitas pelayanan merupakan pekerjaan yang dilakukan oleh karyawan untuk melayani pelanggan agar merasa nyaman

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel Tarif dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada CV. Noria Jaya Abadi Amat Rental Semarang. Populasi dari penelitian ini adalah pelanggan CV. Noria Jaya Abadi Amat Rental, dan sampelnya berjumlah 80 responden. Skala pengukurannya menggunakan skala Likert. Analisis data menggunakan analisis regresi linier.

Dari hasil analisis data dapat disimpulkan bahwa variabel Tarif berpengaruh terhadap Kepuasan konsumen sebesar 30,6 persen. Variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen sebesar 40 persen. Secara bersama-sama Tarif dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen sebesar 71,1 persen.

Berdasarkan hasil penelitian ini, disarankan manajemen CV. Noria Jaya Abadi Amat Rental perlu memperhatikan penerapan Tarif Perusahaan perlu penambahan pengurangan harga apabila menyewa lebih lama, kenaikan tarif harus dimbangi dengan manfaat dan fasilitas yang akan diperoleh pelanggan. Kualitas Pelayanan Karyawan perlu diperhatikan, terutama sikap sopir dan staf kantor supaya lebih ramah, dengan sikap yang lebih ramah, maka pelanggan diharapkan dapat merasa dihargai dan dihormati, ketepatan waktu armada masih kadang terlambat sehingga calon pelanggan menunggu armada lebih lama, hal ini dapat merugikan calon pelanggan sehingga berpotensi beralih ke rental lain, penggunaan fasilitas sarana hiburan (audio, CD room, dan TV) yang masih jarang dimanfaatkan karena ada bagian perangkat yang mulai rusak untuk segera diperbaiki

Kata Kunci : Tarif, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen

PENDAHULUAN

Pertambahan jumlah penduduk akan meningkatkan kebutuhan fasilitas-fasilitas, baik secara kualitatif maupun kuantitatif. Peningkatan kebutuhan menyebabkan adanya peningkatan kegiatan, baik jumlah maupun jenis. Semua itu meningkatkan kebutuhan akan tanah atau tempat. Jumlah penduduk terus bertambah terutama di kota-kota besar menyebabkan aktivitas masyarakat pun meningkat. Aktivitas manusia tersebut akan mempengaruhi lingkungannya, seperti sarana dan prasarana jaringan jalan yang digunakan dalam menunjang kegiatannya.

Kebutuhan kendaraan semakin hari semakin meningkat, mereka menginginkan segala sesuatunya secara praktis dan mudah, sehingga mereka memilih mobil untuk mengangkut semua anggota keluarga atau rekannya dalam satu kendaraan. Namun tidak semua orang memiliki mobil, peluang inilah yang dijadikan sebagai alasan penting usaha rental mobil. Usaha sewa mobil ini sangat menguntungkan sekali jika dijalani, karena banyak faktor tertentu yang membuat rental mobil sampai saat ini masih banyak diminati. Contohnya jika ada seseorang yang ingin bertamasya dengan keluarga atau sanak saudaranya dan mempunyai kendala dengan kendaraan maka orang tersebut dapat menyewa mobil di rental mobil.

Bisnis sewa mobil (*Rent Car*) merupakan salah satu usaha yang menjanjikan keuntungan dan selanjutnya sebagai bisnis yang memiliki resiko yang cukup tinggi. Seringkali ada oknum yang tidak bertanggungjawab, sengaja membawa kabur mobil sewaan hingga dijual ke pihak lain. Belum lagi apabila terjadi kecelakaan, pihak pengusaha juga harus mengeluarkan *budget* untuk perbaikan. Dalam hal ini perusahaan telah mengantisipasi hal-hal tersebut dengan cara mengansuransikan semua mobil yang ada pada perusahaannya.

Potensi keuntungan yang menarik tersebut menjadikan bermunculan banyak perusahaan rental mobil, ada yang dikelola oleh pribadi dan perusahaan. perusahaan rental mobil CV. Noria Jaya Abadi Amat Rental beralamat di Jl. Soekarno Hatta 175 B Semarang yang didirikan pada tahun 1998. Perusahaan ini memiliki berbagai jenis mobil dan keunggulan masing masing agar menarik konsumen. Bisnis rental dalam era sekarang memiliki banyak sekali persaingan yang ketat yang harus menjadikan CV. Noria Jaya Abadi Amat Rental harus dapat menjaga kepuasan pelanggan yang dipengaruhi oleh tarif dan kualitas pelayanan demi keberlanjutan usahanya.

Besaran tarif umumnya disesuaikan dengan umur mobil dan waktu sewa, misalnya jangka pendek (harian/mingguan), jangka panjang (bulanan/tahunan). Untuk dapat memberikan pelayanan yang baik sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen maka pihak perusahaan harus meningkatkan kualitas layanan jasa yang diberikan kepada konsumen.

Kepuasan adalah keadaan yang dirasakan konsumen setelah membandingkan penampilan atau out come produk dengan apa yang diharapkan. Perusahaan rental CV. Noria Jaya Abadi Amat Rental harus mewaspadai adanya unsur ketidakpuasan yang diterima konsumen terhadap kinerja dari manajemen perusahaan. Dari studi pendahuluan diketahui bahwa apa yang diharapkan oleh pelanggan CV. Noria Jaya Abadi Amat Rental belum terpenuhi, karena dilihat dari masih adanya keluhan-keluhan konsumen. Untuk dapat meningkatkan kepuasan konsumen maka salah satu strategi yang dapat ditempuh perusahaan yaitu dengan penetapan tarif yang kompetitif dan keunggulan layanan. Oleh karena itu permasalahan penelitian yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah apakah konsumen merasa puas dengan tarif dan layanan yang diberikan oleh perusahaan rental CV. Noria Jaya Abadi Amat Rental.

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka pertanyaan dalam penelitian ini adalah:

- 1) Bagaimanakah tarif jasa yang ditetapkan pada Perusahaan Rental CV. Noria Jaya Abadi Amat Rental Semarang?
- 2) Bagaimanakah kualitas pelayanan di Perusahaan Rental CV. Noria Jaya Abadi Amat Rental?
- 3) Bagaimanakah kepuasan konsumen Perusahaan Rental CV. Noria Jaya Abadi Amat Rental Semarang?
- 4) Seberapa besarkah pengaruh tarif terhadap kepuasan konsumen di Perusahaan Rental CV. Noria Jaya Abadi Amat Rental Semarang?
- 5) Seberapa besarkah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Perusahaan Rental CV. Noria Jaya Abadi Amat Rental Semarang?
- 6) Seberapa besarkah pengaruh tarif dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen di Perusahaan Rental CV. Noria Jaya Abadi Amat Rental Semarang?

KAJIAN TEORI DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Tarif

Menurut Kotler dan Armstrong (2001: 439), harga adalah sejumlah nilai yang dibebankan atas suatu produk, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk tersebut. Harga, dilihat dari sudut pandang konsumen, seringkali digunakan sebagai indikator nilai bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa. Nilai dapat didefinisikan sebagai rasio antara manfaat yang dirasakan terhadap harga. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pada tingkat harga tertentu, jika manfaat yang

dirasakan meningkat, maka nilainya akan meningkat pula. Apabila nilai yang dirasakan pelanggan semakin tinggi, maka akan menciptakan kepuasan pelanggan yang maksimal (Tjiptono, 2006).

Kualitas Pelayanan

Menurut Edvardsson (1988:91) kualitas pelayanan adalah bagaimana cara untuk mencari tahu apa yang menciptakan nilai bagi konsumen dan perusahaan harus memberikan nilai tersebut. Kepuasan konsumen merupakan hal yang penting bagi para konsumen untuk mempercayai sebuah produsen atau penyedia jasa yang telah lama diminati. Konsumen yang memperlihatkan berbagai pengalaman saat memakai produk atau jasa terhadap sebuah perusahaan yang dapat memenuhi harapan mereka. Sehingga dari pengalaman yang dirasakan tersebut, konsumen yang puas akan berniat untuk melakukan pembelian ulang (Alam, 2010 dalam Rahma dkk, 2012).

Kepuasan Konsumen

Tjiptono (2001) mengatakan bahwa kepuasan pelanggan dinyatakan sebagai ratio (perbandingan) kualitas jasa yang didapat atau dirasakan dengan keinginan, kebutuhan dan harapan. Konsumen yang tidak puas terhadap barang atau jasa yang dikonsumsi akan mencari perusahaan lain yang mampu menyediakan kebutuhannya. Dari berbagai pendapat di atas dapat disimpulkan definisi kepuasan konsumen yaitu tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk yang dia rasakan dengan harapannya.

METODE PENELITIAN

Variabel bebas dalam penelitian ini adalah tarif dan kualitas pelayanan, variabel terikatnya adalah kepuasan konsumen. Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah tipe *eksplanatory research*. Eksplanatory Research ini digunakan untuk mengetahui besar kecilnya hubungan dan pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen. Teknik pengambilan sampel adalah *purposive sampling*. Penentuan sampel dilakukan berdasarkan kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti kepada pelanggan CV. Noria Jaya Abadi Amat Rental Semarang. Populasi dari penelitian ini adalah pelanggan CV. Noria Jaya Abadi Amat Rental, dan sampelnya berjumlah 80 responden. Skala pengukuran menggunakan Likert. Uji Validitas dinilai dari *corrected item total correlation* yang lebih besar dari r tabel. Sedangkan uji Reliabilitas dengan *Cronbach Alfa*. Analisis data yang dipakai dalam penelitian ini adalah, regresi sederhana dan berganda, serta uji t dan F.

HASIL

Hasil Penelitian

1. Regresi Sederhana Tarif Terhadap Kepuasan Konsumen

Uji regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara variabel Tarif (X_1) terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y_1), dengan menggunakan SPSS.

Berdasarkan tabel 1 dapat diketahui bahwa koefisien regresi untuk variabel Tarif (X_1) adalah sebesar 0,329 dan untuk nilai konstantanya adalah 2,676 dari keterangan tersebut maka dapat terbentuk persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 2.676 + 0,329X_1$$

Hasil persamaan tersebut maka dapat diasumsikan bahwa koefisien regresi untuk variabel Tarif (X_1) adalah sebesar 0,329. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Tarif mempunyai pengaruh yang positif terhadap variabel kinerja karyawan sebesar 0,329. Yang berarti bahwa apabila tarif ditawarkan lebih menarik lagi, maka diharapkan kepuasan konsumen juga meningkat.

Tabel 1.1 Uji Pengaruh Variabel Tarif Terhadap Kepuasan Konsumen

Pengaruh	Konstanta	Koefisien Regresi	R	R Square	Adjusted R Square	T Hitung	Sig	Kpsn Thd Ho
$X_1 \rightarrow Y_1$	2.676	0,329	0,608	0,320	0,190	6,417	0,000	Ho ditolak

Sumber: Data primer yang diolah, 2014

2. Regresi Sederhana Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Uji regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara variabel Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y), dengan menggunakan SPSS. Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 2, dapat diketahui bahwa koefisien regresi untuk variabel Kualitas Pelayanan (X_2) adalah sebesar 0,300 dan untuk nilai konstantanya adalah 2,706 dari keterangan tersebut maka dapat terbentuk persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 2.706 + 0,300X_2$$

Hasil persamaan tersebut maka dapat diasumsikan bahwa koefisien regresi untuk variabel Kualitas Pelayanan (X_2) adalah sebesar 0,300. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh yang positif terhadap variabel Kepuasan Konsumen sebesar 0,300. Yang berarti bahwa apabila kualitas pelayanan ditingkatkan lagi, maka diharapkan kinerja karyawan juga meningkat.

Tabel 2. Uji Pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Pengaruh	Konstanta	Koefisien Regresi	R	R Square	Adjusted R Square	T Hitung	Sig	Kpsn Thd Ho
$X_2 \rightarrow Y_1$	2,706	0,300	0,621	0,403	0,392	7,993	0,000	Ho ditolak

Sumber: Data primer yang diolah, 2014

3. Regresi Linear Berganda Tarif Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara variabel bebas (tariff, dan kualitas pelayanan terhadap variabel terikat (kepuasan konsumen) secara simultan atau bersama-sama dengan menggunakan bantuan fasilitas SPSS. Adapun perhitungannya terlihat pada Tabel 3.

Berdasarkan hasil perhitungan Tabel 3, dapat diketahui bahwa koefisien regresi untuk variabel tarif (X_1) adalah 0,328 koefisien untuk variabel kualitas pelayanan (X_2) adalah sebesar 0,167 dan untuk nilai konstantanya adalah 12,399. Dari keterangan tersebut maka dapat terbentuk persamaan regresinya yaitu:

$$Y = 12,399 + 0,328X_1 + 0,167X_2$$

Hasil persamaan tersebut maka dapat diasumsikan bahwa semua variabel bebas yang terdiri tarif dan kualitas pelayanan memberikan pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen. Pengaruh tertinggi diberikan oleh variabel tarif (X_2) yakni sebesar 0,328. Kemudian variabel kualitas pelayanan (X_1) sebesar 0,167.

Tabel 3. Rekapitulasi Perhitungan Uji Pengaruh Variabel Tarif Dan Kualitas Pelayanan Kepuasan Konsumen

Pengaruh	Konstanta	Koefisien Regresi	R	R Square	Adjusted R Square	T Hitung	Sig	Kptsn Thd Ho
$X_1 \rightarrow Y$	12,399	0,328	0,759	0,729	0,711	2,988	0,000	Ho ditolak
$X_2 \rightarrow Y$		0,167				2,348	0,000	

Sumber: Data primer yang diolah, 2014

PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini tarif diukur melalui tarif sewa, fasilitas, dan jenis kendaraan yang disewa konsumen. Dari hasil penelitian, sebanyak 83,75 % responden menilai bahwa tarif yang ditetapkan kepada konsumen sudah dikategorikan murah dan sangat murah, namun sebanyak 12,5% berpendapat cukup sama, sehingga memberikan pengaruh yang positif dan signifikan antara tarif dengan kepuasan konsumen. Dalam hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ryan Nur Harjanto (2010) bahwa variabel tarif mempunyai pengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan, begitu juga pendapat Kotler dan Armstrong (2001: 439), harga (tarif) adalah sejumlah nilai yang dibebankan atas suatu produk, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk tersebut. Hal ini dikarenakan tarif merupakan faktor utama yang diinginkan dan diperhitungkan oleh konsumen ketika memutuskan untuk menyewa kendaraan karena dengan tarif yang murah maka konsumen dapat menyewa kendaraan

Dalam penelitian ini kualitas layanan CV. Noria Jaya Abadi Amat Rental diukur melalui fasilitas, petugas, dan kendaraan. Dari hasil penelitian, sebanyak 87,55% responden menilai bahwa kualitas layanan yang ada pada perusahaan sudah dikategorikan baik dan sangat baik dan 12,5% berpendapat cukup baik, sehingga memunculkan pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas layanan dengan kepuasan konsumen. Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Evrina Wardhani (2010) bahwa variabel kualitas layanan mempunyai pengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen, begitu juga dengan Crosby (1988) berpendapat kualitas adalah "*conformance to requirement*", bahwa kualitas itu harus dinilai dengan fokus dan harus mencoba

mengerti tentang harapan konsumen, sehingga diharapkan organisasi atau perusahaan dapat memenuhi harapan-harapan konsumennya dengan memberikan apa yang konsumen inginkan. Karena dengan adanya kualitas layanan yang baik maka akan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, sehingga konsumen akan merasa puas dengan kualitas layanan yang diberikan..

Dalam penelitian ini secara simultan menunjukan tarif dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dimana didapat dari perhitungan SPSS 17.0 menunjukan variabel tarif sebesar 0,328 dan variable kualitas layanan sebesar 0,167

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Tarif yang ditetapkan CV. Noria Jaya Abadi Amat Rental berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan menurut penelitian yang dilakukan menunjukkan 42,5 % responden memberikan penilaian tarif CV. Noria Jaya Abadi Amat Rental sangat murah, sedangkan 41,25 % responden menyatakan tarif CV. Noria Jaya Abadi Amat Rental murah, dan 16,25 % responden yang menyatakan tarif CV. Noria Jaya Abadi Amat Rental cukup murah

Kualitas pelayanan CV. Noria Jaya Abadi Amat Rental dalam melayani penumpang berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa 72,5 % responden sebagian besar memberikan penilaian baik, sedangkan 15 % responden menyatakan kualitas pelayanan CV. Noria Jaya Abadi Amat Rental dikategorikan sangat baik, dan 12,5 % responden yang menyatakan cukup baik.

Kepuasan konsumen CV. Noria Jaya Abadi Amat Rental berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa 51,25 % responden menunjukkan kepuasan konsumen yang puas, sedangkan 38,75 % responden menunjukkan kepuasan konsumen yang sangat puas, dan 10 % responden menunjukkan kepuasan konsumen yang cukup puas

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, maka saran yang dapat disampaikan oleh penulis kepada CV. Noria Jaya Abadi Amat Rental Semarang adalah sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan berdasarkan penelitian yang dilakukan menunjukkan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan serta pengaruh yang kuat terhadap kepuasan konsumen. Oleh karena itu guna meningkatkan kepuasan konsumen CV. Noria Jaya Abadi Amat Rental, hal – hal yang perlu dilakukan perusahaan antara lain adalah, sikap sopir dan staf kantor supaya lebih ramah, dengan sikap yang lebih ramah, maka pelanggan diharapkan dapat merasa dihargai dan dihormati, ketepatan waktu armada masih kadang terlambat sehingga calon pelanggan menunggu armada lebih lama, hal ini dapat merugikan calon pelanggan sehingga berpotensi beralih ke rental lain, penggunaan fasilitas sarana hiburan (audio dan TV) yang masih jarang dimanfaatkan karena ada bagian perangkat yang mulai rusak untuk segera diperbaiki, karena sarana hiburan merupakan fasilitas yang dimiliki CV. Noria Jaya Abadi Amat Rental, apabila tidak dapat difungsikan maka fasilitas tersebut dirasa tidak bermanfaat bagi pelanggan, penampilan fisik bagian dalam dan luar mobil yang mulai kurang bagus dan perlu diperbaiki seperti jok kursi yang mulai rusak yang

membuat kenyamanan penumpang mulai terganggu dengan fasilitas yang mulai rusak dan tampilan luar mobil yang catnya mulai kusam agar dapat diperbarui.

2. Tarif berdasarkan penelitian yang dilakukan menunjukkan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan serta pengaruh yang kuat terhadap kepuasan konsumen. Oleh karena itu guna meningkatkan kepuasan konsumen CV. Noria Jaya Abadi Amat Rental, hal – hal yang perlu dilakukan perusahaan antara lain adalah, perlu penambahan pengurangan harga apabila menyewa lebih lama, kenaikan tariff harus dimbangi dengan manfaat dan fasilitas yang akan diperoleh pelanggan..

DAFTAR REFERENSI

- Alma, Buchari, 1992. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfa Beta
- Amir, M. Taufiq. 2005. *Dinamika Pemasaran: Jelajahi & Rasakan*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Arikunto, Suharsimi, 2006. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Band, Oliver, 1991, *Membangun Kepuasan Pelanggan*, Gramedia Pustaka Utama,
- Biel, A. L. 1992. "How brand image drives brand equity". *Journal of Advertising Research*, 32(6), Special edition, RC-6-RC-12.
- D.A. Garvin, 1994. *Kualitas Produk : Alat Strategi Yang Penting*, Free Press
- Gaspersz, Vincent, 2005. *Total Quality Management*. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Singarimbun, Masri & Sofyan Effendi. (1989). *Metode Penelitian Survei*, LP3S, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Garry Armstrong. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Tjiptono, Fandy. 2006. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi
- Tjiptono, Fandy. 2001. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi